

Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Pegawai Al-Fityan Boarding School Bogor)

¹Devi Lestari, ²Finantyo Eddy Wibowo, ³Ahmad Muti

^{1,2,3}Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Al Wafa

Email : dvlestari35@gmail.com, finantyoeddy@gmail.com,
ahmad.muti@stisalwafa.ac.id

Corresponding Mail Author : dvlestari35@gmail.com

Abstract

Information technology and adult telecommunications are so fast that patterns of life and interhuman communication are affected, which information technology is known as the internet. Mobile Banking includes a service provided by banks to their clients to facilitate their transactions. You don't have to come to the bank, because it's a lot of good news. Wherever they can still act so they don't interfere with the schedule. This study aims to determine the effect of Mobile Banking service quality on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia (Case Study on Employees of Al-Fityan Boarding School Bogor). The method used is a combination of quantitative and qualitative methods (Mix Methods) with a Sequential Explanatory model. The data source for this research is Al-Fityan Boarding School Bogor employees who use the Mobile Banking application. By using data collection techniques through interviews and questionnaires. Data analysis techniques used in this research are data quality tests, namely validity and reliability tests, classic assumption tests, namely normality tests and linearity tests, hypothesis testing, namely simple regression tests, correlation tests, coefficient of determination tests and t tests. After going through the quantitative procedures followed by qualitative procedures. This study obtained the results that the Quality of Mobile Banking Services had an effect on Customer Satisfaction as evidenced by the correlation test which obtained the results between the X and Y variables which were $0.686 > 0.05$, so H_a was accepted and H_o was rejected. Which means that service quality has a positive effect on customer satisfaction. Then based on the tests that have been carried out with the coefficient of determination is 0.471 or around 47.1% This means that the effect of the independent variable on the dependent variable is 47.1% Meanwhile, the remaining 52.9% is explained by other variables not examined in this study. Based on the results of this study, the independent variable (Service Quality) has a significant effect on the dependent variable (Customer Satisfaction).

Keywords: Service Quality, Mobile Banking and Customer Satisfaction.

Pendahuluan

Dewasa ini, perkembangan ekonomi syariah di Indonesia setiap tahunnya terlihat bertumbuh dengan pesat, yang mana tercermin dari semakin berkembangnya perbankan yang berlandaskan syariah. Masifnya masyarakat Indonesia yang memeluk agama Islam, tentu membuatnya tidak terlepas dari hukum-hukum Islam. Di situlah terdapat *opportunity* besar untuk perbankan syariah, sebab bank konvensional mengimplementasikan sistem bunga, yang mana itu memuat riba yang mendapat

larangan dari Allah SWT yang tertulis dalam firmanNya. “(Qs. Al-Baqarah: 275-279)”.

Bank syariah sering kali disebut juga sebagai bank Islam. Bank syariah ialah perbankan yang pengoperasiannya dilandasi atas hukum Islam ataupun syariah. Tidak memberlakukan sistem bunga dalam pelayanannya.

Penerapan bunga tidak diperbolehkan serta tidak ada dalam bank syariah. Perihal itu disebabkan oleh ketidakesuaiannya dengan syariat Islam. Bank syariah memanfaatkan sistem bagi hasil serta memperoleh beberapa keuntungan dari sistem itu, yang mana lalu dipakai pihak bank (selaku pengelola) guna membiayai semua aktivitas operasional perbankan yang dilaksanakan (Harish 2017).

Semakin bertambahnya kompetisi antarbank, membuatnya berkompetisi guna menarik nasabah, baik secara kuantitas ataupun kualitas.

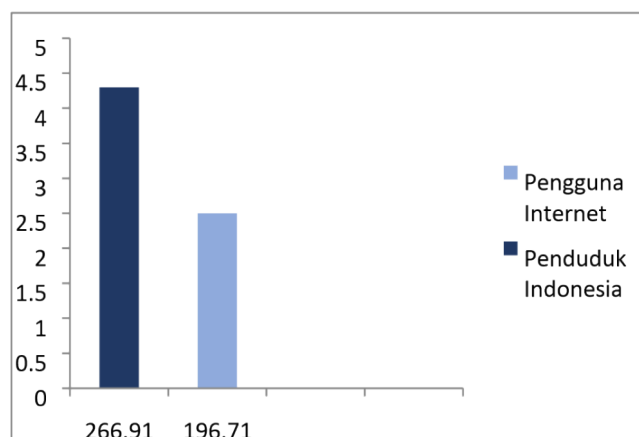
Secara kuantitas berarti jumlah nasabah meningkat cukup signifikan seiring berjalannya waktu, sedangkan secara kualitas berarti nasabah yang diperoleh ialah yang produktif yang bisa memberi laba untuk bank.

Mutu layanan menurut Wyckof yang dikutip oleh Rosady Ruslan ialah derajat keistimewaan yang diharapkan serta otoritas atas derajat itu guna mencukupi keinginan pelanggan (Ruslan 2003).

Menciptakan kepuasan konsumen termasuk pokok dari capaian profitabilitas jangka panjang untuk korporasi. Rasa puas konsumen merefleksikan perbedaan antara harapan serta kinerja nyatanya. Jika begitu, kepuasan tidak akan tercapai. Justru bisa memunculkan rasa kecewa untuk konsumen. Begitu pun sebaliknya.

Selaras dengan tren bisnis perbankan dunia, di Indonesia pun mengikuti pola perkembangan teknologi yang dipakai oleh bank-bank di negara maju. Lebih jauh, perkembangan teknologi semakin meningkat. Hal ini ditandai dengan berbagai macam aktivitas manusia yang melibatkan teknologi di dalamnya. Perkembangan teknologi informasi yang cepat memiliki dampak, yakni mengubah kebiasaan atau perilaku masyarakat. Perkembangan teknologi informasi salah satunya ialah banyaknya pengguna telepon seluler, yang dikenal dengan *handphone* ataupun *smartphone*. Di Indonesia, itu pun berkembang dengan pesat, ini didukung dengan hasil dari lembaga riset Digital Marketing Emarketer yang memprediksi pada 2018 jumlah pemakai aktif lebih dari 100 juta orang. Jumlah sebanyak itu bisa membawa Indonesia menjadi negara dengan pemakai aktif *smartphone* paling besar keempat di dunia sesudah Cina, India, serta Amerika. (Suryani 2017).

Peran internet bertambah krusial dalam kehidupan sosial, ekonomi, serta politik di globa dunia. Tiap tahunnya internet semakin memberi pengaruh pada kehidupan manusia. Tidak bisa disanggah teknologi sudah mengubah peradaban dunia dengan cepat. Internet relatif sudah berubah menjadi keperluan pokok untuk semua orang. Hampir seluruh keperluan seseorang bisa dicukupi melalui internet sehingga pengeluaran untuk bisa terus mengakses internet cenderung semakin besar (APJII 2020).



Gambar 1. Penduduk dan Pengguna Internet di Indonesia Sumber: APJII 2020

Di Indonesia besaran pemakai internet terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2020 memaparkan bahwa besaran pemakai internet pada kuartal II 2020 ialah 196.71 juta orang atau naik 14,92% dibandingkan dengan 2018, yakni 17.17 juta. Kenaikan tersebut membuat penetrasi internet di Indonesia pada kuartal II 2020 menjadi 73,3% (dari keseluruhan total penduduk 266.91 juta) atau naik hampir 10% dibandingkan penetrasi pada 2018 yang kurang lebih 64.8%.

Teknologi informasi serta telekomunikasi dewasa ini bertumbuh begitu pesat sehingga pola hidup serta komunikasi antarmanusia menjadi terpengaruh, yang mana teknologi informasi itu dikenal sebagai internet.

Mobile Banking termasuk wujud pelayanan yang diberikan oleh perbankan kepada nasabahnya guna memudahkan nasabahnya yang akan bertransaksi. Tidak perlu mendatangi bank, karenanya ini banyak disukai nasabah yang mempunyai kegiatan padat. Dimana saja mereka tetap bisa bertransaksi sehingga tidak mengganggu jadwalnya.

Mobile Banking pun termasuk pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah mendapatkan informasi, berkomunikasi, serta menjalankan transaksi perbankan lewat jaringan internet. *Mobile Banking* membuka pandangan baru, struktur baru, serta *new strategy* untuk retail bank, yang mana ditemui peluang serta tantangan yang baru (Isroul 2020).

Dalam era digitalisasi yang semakin maju, *Mobile Banking* telah menjadi sarana yang tak terpisahkan dalam melakukan transaksi perbankan. Peningkatan penggunaan teknologi ini mendorong bank untuk menyediakan layanan *Mobile Banking* yang optimal, yang dapat memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah. Oleh karena itu penelitian ini mengevaluasi kualitas layanan *Mobile Banking* yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia kepada nasabahnya, khususnya pada pegawai Al-Fityan Boarding School Bogor. Dengan memahami persepsi, kepuasan, dan tingkat penerimaan nasabah terhadap layanan *Mobile Banking*, penelitian ini akan memberikan wawasan yang

berharga bagi bank dalam meningkatkan kualitas layanan mereka dan mempertahankan kepuasan nasabah.

Penelitian ini juga penting karena fokusnya pada nasabah Bank Syariah Indonesia. Sebagai Bank Syariah Indonesia memiliki tanggung jawab khusus dalam menyediakan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Melalui penelitian ini, akan diketahui sejauh mana kepatuhan Bank Syariah Indonesia terhadap prinsip-prinsip syariah dalam penyediaan layanan *Mobile Banking*. Hasil penelitian ini akan memberikan panduan yang berharga bagi bank syariah lainnya dalam meningkatkan layanan *Mobile Banking* mereka. Selain itu, sebagai studi kasus pada pegawai Al-Fityan Boarding School Bogor, penelitian ini akan memberikan wawasan yang terkhusus tentang preferensi dan kebutuhan nasabah dalam sektor pendidikan. Dengan demikian penelitian ini memiliki potensi untuk menjadi acuan bagi bank-bank syariah dalam menyediakan layanan *Mobile Banking* yang lebih baik kepada nasabah mereka, serta meningkatkan kepuasan nasabah dalam sektor pendidikan.

Landasan Teori

Kualitas Layanan

Kualitas layanan ialah kelebihan yang dimiliki oleh sebuah layanan yang hanya bisa dinilai oleh pelanggannya. Kualitas dapat juga dijelaskan sebagai tanggapan *customer* atas mutu serta kelebihan produk ataupun jasa layanan secara menyeluruh terkait maksud yang diekspektasikan. Kualitas wajib diawali atas keperluan *customer* serta berakhir pada anggapan mereka. Artinya bahwa kualitas yang bagus tidak didasari oleh *point of view* penyedia jasa, namun didasari oleh *point of view* pelanggan (Indahningwati 2019).

Kualitas pelayanan ialah sebuah pembahasan yang kompleks, sebab penilaian kualitas terhadap produk tidaklah bersifat nyata. Produksi serta konsumsinya berlangsung secara bersamaan. Di luar perbedaan karakteristik tersebut, dalam menilai, konsumen turut andil secara langsung dalam proses jasa itu sehingga yang dimaksud dengan kualitas layanan ialah bagaimana respons konsumen terhadap jasa yang dikonsumsinya ataupun dirasakannya. Kualitas pelayanan termasuk perihal krusial yang wajib diperhatikan oleh para manajer perusahaan (Santoso 2019)

Kualitas Layanan Dalam Islam

Islam menyampaikan ajaran jika berkeinginan memberi hasil usaha yang bagus, wajib memberi pelayanan yang baik pula. Pentingnya memberi layanan yang bermutu dikarenakan pelayanan yang tidak terbatas pada men-delivery ataupun melayani. Akan tetapi, pelayanan memiliki arti memahami, mengerti, serta merasakan sehingga penyampaian akan dimengerti oleh konsumen.

Dimensi Kualitas Layanan

Nasabah akan mengevaluasi kualitas layanan dari sejumlah aspek yang dianggap krusial sesuai dengan keinginan serta ekspektasinya. Ini ialah aspek yang secara general mendapat penilaian dari nasabah (Suryani 2017).

1. Reability
2. Daya Tanggap

3. Kompetensi
4. Aksesibilitas
5. Kesopanan
6. Kapabilitas dalam komunikasi
7. Kredibilitas
8. Keamanan
9. Pemahaman atas keperluan nasabah
10. Factor berwujud serta fasilitas fisik lainnya

Benefit Kualitas Layanan Yang bermutu

Layanan yang berkualitas menjadi krusial untuk nasabah maupun perbankan. Apabila bank bisa memberi layanan yang bagus, maka hal itu akan memberi beberapa *benefit*, yakni: (Suryani 2017).

1. Terwujudnya kepuasan nasabah
2. Menambah loyalitas nasabah
3. Lahirnya kepercayaan
4. Menambah reputasi bank

Mobile Banking

Mobile Banking ialah fasilitas dari bank di jaman modern ini yang mengikuti perkembangan komunikasi serta teknologi. Layanan yang ada pada *Mobile Banking* mencakup transfer, histori, serta lainnya. Pemakai layanan ini memungkinkan para nasabahnya bisa lebih mudah dalam menjalani kegiatan perbankannya, tanpa terbatas ruang serta waktu. Terdapatnya layanan ini diharapkan bisa memberi kemudahan serta kebermanfaatn untuk nasabah dalam menjalankan akses ke bank tanpa perlu mendatangi bank (Kurniawati, Winarno, dan Akuntansi 2017).

Mobile Banking ialah layanan yang memungkinkan nasabah bertransaksi perbankan melalui ponsel ataupun smartphone. Layanan tersebut bisa dimanfaatkan dengan memakai menu utama yang terdapat pada USSD (*Unstructured Supplementary Service Data*) SIM (*Subscriber Identity Module*) Card, ataupun melalui aplikasi yang bisa diinstal oleh nasabah. Layanan ini menawarkan kemudahan dibandingkan dengan SMS banking, sebab tidak butuh mengingat format pesan yang akan dikirim ke bank serta nomor tujuan SMS banking (Banking n.d.)

Sejarah Mobile Banking

Mobile Banking dirilis pertama kali oleh Excelcom pada akhir tahun 1995 serta respons yang diperoleh pun bermacam-macam. Munculnya mbanking dilatarbelakangi oleh bank-bank yang sekarang ini ingin memperoleh kepercayaan dari semua nasabahnya. Oleh karenanya, salah satu caranya ialah dengan memanfaatkan teknologi.

Proses *Mobile Banking* ini ada tidak sekadar berkorelasi dengan bank, akan tetapi teknologinya juga bekerja sama dengan operator seluler. Jadi, bisa terlihat bahwa *Mobile Banking* memberi banyak profit untuk seluruh golongan, yakni untuk operator seluler, bank, atau nasabah pemakai.

Bukti nyata bahwa *Mobile Banking* juga menjangkau semua wilayah, yakni bisa diamati dari perkembangannya. *Mobile Banking* di negara- negara Eropa, khususnya

Jerman serta Amerika Serikat yang mana ialah Negara- negara Mobile Banking (G/Tsodik 2020).

Fungsi Mobile Banking

Setelah mengetahui *Mobile Banking* itu apa, mungkin nasabah paham fungsi aplikasi ini begitu bermanfaat bagi transaksi keuangan. Ada sejumlah fungsi lain dari *Mobile Banking*, yakni (Widya Santi 2021).

1. Nasabah bisa mengecek saldo serta riwayat transaksi perbankan.
2. Mengakomodasi informasi posisi ATM ataupun kantor cabang bank yang paling dekat.
3. Membayar transaksi keuangan antar orang. Memberi pemberitahuan terkait aktivitas transaksi keuangan pengguna.
4. Mengakomodasi informasi serta rangkuman aktivitas keuangan sesuai dengan kemauan nasabah.
5. Mengakomodasi layanan pembayaran tagihan secara elektronik.

Contohnya membayar listrik, tagihan internet, serta layanan yang lain.

Kelebihan Mobile Banking

1. Tidak butuh pergi ke bank
2. Membayar tagihan dengan tepat waktu serta mudah
3. Mengecek saldo tabungan
4. Bebas biaya

Kekurangan Mobile Banking

1. Rawan penipuan
2. Jaringan internet kuat
3. Pencurian data

Manfaat Mobile Banking

Mobile Banking sekarang sudah ada di seluruh dunia. Tidak sekedar dinikmati oleh negara perilis sistemnya saja, namun semua sudah mencicipi kemudahan akses perbankan yang ditawarkan bank melalui mbanking. Dimana pun melalui perangkat mobile seperti handphone. Pihak bank berupaya memudahkan akses para nasabahnya dalam bertransaksi perbankan. Tidak butuh lagi pergi ke ATM untuk bertransaksi.

Kelebihan *Mobile Banking* ialah bisa diakses oleh seluruh pemakai telepon seluler dengan tipe GSM. Meluasnya jangkauan sinyal GSM, layanannya tentu Dimana pun melalui perangkat *mobile* seperti *handphone*. Pihak bank berupaya memudahkan akses para nasabahnya dalam bertransaksi perbankan. Tidak butuh lagi pergi ke ATM untuk bertransaksi. menjadi begitu memanjakan nasabahnya. Akan tetapi, bagi pemakai ponsel dengan tipe CDMA, belum seluruh operator mengakomodasi *Mobile Banking*. Manfaat pemakaian *Mobile Banking* untuk nasabah, yakni mempermudah pekerjaan, meningkatkan produktivitas dan efektivitas, serta mengembangkan kinerja supaya berdampak terhadap pengguna teknologi (Widya Santi 2021).

Dampak Pengguna

Secara spesifik pengguna *Mobile Banking* memiliki dampak positif bagi nasabah, bank, serta operator seluler, yakni (Panjaitan 2019).

1. Bank
2. Nasabah
3. Operator Seluler

Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan ialah “*The level of person’s felt state from comparing a product’s perceived performance in relation on the person’s expectation*”. Bisa dikatakan bahwa ia ialah derajat perasaan individu setelah membandingkan kinerja ataupun hasil yang dirasakan, dibandingkan dengan ekspektasinya (Kotler 2013).

Menurut Kotler, kepuasan nasabah ialah derajat perasaan individu setelah melakukan perbandingan kinerja ataupun hasil yang diterimanya dengan ekspektasinya. Nasabah baru merasa puas jika kinerja pelayanan perbankan yang diperoleh sama ataupun melebihi dari apa yang mereka ekspektasikan (Kotler 2013).

Kepuasan Nasabah dalam Islam

Dalam Islam, diterangkan bahwa kepuasan nasabah diperoleh dengan merasakan pelayanan yang baik. Al-Qur’an sudah memberi perintah supaya kaum muslim memiliki sifat lembut dengan menyapa secara baik serta sopan ketika berbicara dengan orang lain serta simpatik.

Manfaat Kepuasan

Kesuksesan perusahaan bisa diraih saat terdapat usaha konkret guna mengamati keperluan serta keinginan pelanggannya. Rasa puas pelanggan menjadi krusial, sebab tidak sedikit penelitian yang memperoleh hasil bahwa rasa puas pelanggan mempunyai efek positif terhadap profitabilitas organisasi. Pengelolaan manajemen kepuasan pelanggan yang terukur serta konsisten akan memberi *benefit* untuk korporasi, yakni (Nana Triapnita Nainggolan, Munandar et al. 2020):

1. Pendapatan
2. Reaksi terhadap produsen berbiaya rendah
3. Benefit ekonomis
4. Reduksi sensitivitas harga
5. Keberhasilan bisnis di masa mendatang
6. *Word of mouth relationship*

Strategi Kepuasan Nasabah

Terdapat enam strategi guna menambah rasa puas pelanggan menurut (Tjiptono 2012), yakni:

1. *Relationship marketing strategy*
Menciptakan korelasi jangka panjang guna mencapai kesetiaan pelanggan lewat kemitraan.
2. *Superior customer service strategy*
Memberi tawaran jasa yang lebih baik dibanding dengan jasa milik kompetitor.

3. *Extraordinary guarantees strategy*
Memberi jaminan istimewa guna mengatasi kerugian pelanggan
4. *Customers complaint handling strategy*
Terkait komplain pelanggan guna mengubah rasa tidak puas menjadi kepuasan serta loyalitas.
5. *Service performance improvement strategy*
Meng-improve tiap-tiap aspek kualitas jasa secara berkala serta selalu menambah kepuasan serta loyalitas customer.
6. *Quality function development strategy*

Metode Penelitian

Model penelitian kombinasi yang dipakai, yakni *sequential explanatory*, yang mana pada tahapan pertama penelitian dijalankan dengan memakai metode kuantitatif serta pada tahap kedua dengan kualitatif. Metode kuantitatif memiliki peran guna memperdalam, membuktikan, memperluas, menggugurkan, serta memperlemah data kuantitatif yang sudah didapat pada tahap awal (Sugiyono 2017b).

Objek yang dipakai ialah Pegawai Al-Fityan Boarding School Bogor yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia. Penelitian diperkirakan akan berlangsung selama 2 bulan, yang meliputi seluruh tahapan penelitian, mulai dari persiapan hingga pelaksanaannya.

Hasil Dan Pembahasan

Analisi Regresi Sederhana

Untuk menguji apakah variabel (X) berpengaruh terhadap variabel (Y), dilakukan analisis regresi sederhana sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Analisis Regresi Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized	Std. Error	Standardized	T	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B		Beta		
(Constant)	7,216	2,008		3,594	,000
kualitas_layanan	,731	,065	,686	11,239	,000

a. Dependent Variable: kepuasan_nasabah

Sumber: Data primer yang diolah SPSS.23

Menurut hasil tabel 4.10 diatas, maka diperoleh persamaan regresi yaitu: $Y = a + bx = 7,216 + 0,731x$

Berdasarkan uraian persamaan regresi dapat dijelaskan mengenai hasil:

1. Nilai konstanta sebesar 7,216 yang artinya nilai kepuasan, apabila $X = 0$ maka tidak ada peranan / pengaruh dari kualitas layanan
2. Apabila nilai $X = 1$ atau terjadi kenaikan satu-satuan pada variabel kualitas layanan *Mobile Banking* maka kepuasan nasabah sebesar 7,947.

Uji signifikansi (Uji t)

Adapun hasil uji signifikansi (Uji -t) yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Uji Signifikansi (uji-t)
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,216	2,008	,686	3,594	,000
	kualitas_layanan	,731	,065		11,239	,000

a. Dependent Variable: kepuasan_nasabah

Sumber: Data primer yang diolah SPSS.23

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat dilihat pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t dengan $df = n-k (144-2-1 =141)$ atau $df = 141$ orang untuk pengujian, dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Kemudian diperoleh t tabel 1.976.

Berdasarkan tabel *coefficients* diatas dapat diketahui bahwa nilai t hitung $11.239 > t$ tabel 1.976, sehingga dapat dikatakan variabel kualitas layanan *Mobile Banking* (X) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) pada tingkat signifikansi yang diperoleh 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 atau $0,000 < 0,05$, sehingga dinyatakan ada pengaruh signifikan secara parsial antara kualitas layanan *Mobile Banking* dengan variabel kepuasan nasabah. Oleh karena itu H1 diterima yang artinya variabel kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk melihat sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,686 a	,471	,467	2,200

a. Predictors: (Constant), kualitas_layanan

Sumber: Data primer yang diolah SPSS.23

Melihat R^2 dari output model ringkasan, didapat bahwa nilai R^2 adalah 0,471.

Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah akan dihitung hasil R^2 dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} \text{KD} &= R^2 \times 100\% \\ &= 0,471 \times 100\% \\ &= 47,1\% \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 3 diatas dan hasil perhitungan menggunakan rumus diatas, nilai korelasi 68,6%. Selain itu, variabel kualitas layanan *Mobile Banking* (x) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (y) adalah 47,1% dan $100\% - 47,1\% = 52,9\%$ model regresi ini dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dicatat pada penelitian ini

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan diatas, maka secara keseluruhan pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian ini memakai analisis regresi sederhana dan teknik pengumpulan data untuk melakukan penelitian kuantitatif dan kualitatif (*Mix Method*). Adapun jenis mix method yang digunakan pada penelitian ini yaitu *sequential explanatory* dimana metode kombinasi yang menggabungkan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif secara berurutan, pada tahap pertama dilakukan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif dan pada tahap kedua dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Dengan cara menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara. Penelitian yang dilakukan kepada Pegawai Al-Fityan Boarding School Bogor menentukan sampel dengan cara menggunakan rumus slovin sehingga didapatkan responden sebanyak 144 sampel, setelah penyebaran kuesioner kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Hasilnya dinyatakan valid dan reliabel dengan 7 pernyataan untuk variabel kualitas layanan *Mobile Banking*, dan 7 pernyataan untuk variabel kepuasan nasabah, total pernyataan kuesioner yaitu 14 pernyataan yang telah diuji pada software *IBM SPSS Statistic 23 for windows*. Kuesioner yang valid dan reliabel diberikan kepada 144 responden. Gambaran dari hasil uji validitas semua butir soal valid dengan tingkat signifikan 5%, dengan hasil sebesar 0,137. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji validitas dinyatakan valid. Kemudian pada uji reliabilitas diketahui variabel kualitas layanan *Mobile Banking* (X) sebesar $0,787 > 0,6$ maka variabel ini reliabel. Reliabilitas variabel kepuasan nasabah (Y) adalah $0,786 > 0,6$ maka variabel reliabel. Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel x dan y dari uji reliabilitas pada penelitian ini reliabel.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji asumsi klasik yang turunannya dari uji normalitas dan uji linearitas. Hasil uji normalitas menggunakan grafik P-Plot yang dapat dideteksi dengan melihat persebaran data (titik-titik) pada sumbu diagonal oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa uji normalitas dalam penelitian ini berdistribusi normal karena pada gambar P-Plot terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya.

Kemudian uji linearitas menunjukkan bahwa *Deviation From Linearity Sig* lebih besar dari 0,05 yaitu $0,611 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel kualitas layanan *Mobile Banking* dengan variabel kepuasan nasabah.

Hasil pengolahan dan analisis yang telah dilaksanakan dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi sederhana dan uji parsial, memberitahukan bahwa kualitas layanan *Mobile Banking* (X) mempengaruhi kepuasan nasabah(Y). Hasil

pengujian dari tabel koefisien menunjukkan bahwa $t_{hitung} 11.239 > t_{tabel} 1.976$ yang berarti kualitas layanan *Mobile Banking* (X) berpengaruh positif terhadap variabel variabel kepuasan (Y) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Akibatnya H_1 diterima.

Berdasarkan hasil tersebut, kualitas layanan *Mobile Banking* merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Semakin kuat pengaruh kepuasan nasabah maka semakin tinggi nilai kualitas layanan *Mobile Banking*.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi kualitas layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah diperoleh nilai (R^2) yaitu sebesar 0,471. Hal ini memiliki arti bahwa pengaruh kualitas layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah sebesar $0,471 = 47,1\%$ dan sisanya $52,9\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ditulis di skripsi ini.

Kemudian hasil uji korelasi, hal ini dibuktikan dengan hasil uji korelasi yang dapat dilihat nilai korelasi antara variabel X dan Y adalah $0,686 > 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Yang artinya bahwa kualitas layanan berpengaruh positif pada kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil wawancara kepada para narasumber yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking* mereka mengatakan bahwa kualitas layanan *Mobile Banking* sejauh ini cukup memuaskan dan cukup membantu dalam melakukan transaksi sehari-hari tanpa harus ke Bank. Selain melakukan transaksi mereka mengatakan bahwa fitur-fitur *Mobile Banking* BSI tersebut cukup lengkap dan mudah dipahami dapat digunakan kapanpun dan dimanapun dengan fitur-fitur yang ada seperti cek saldo, cek mutasi, membayar tagihan listrik, bayar spp anak, top up e wallet, melihat kiblat, jam shalat, dan lainnya.

Dengan demikian, secara keseluruhan nasabah merasa puas dengan kemudahan transaksi yang diberikan dan memiliki pengalaman positif dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI, hal ini sesuai dengan hasil kuantitatif dan hasil kualitatif (Kepuasan secara lisan). Namun masih terdapat sedikit kekhawatiran terkait keamanan dalam bertransaksi dikarenakan sering kali terjadi gangguan teknis (IT System). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian kuantitatif berupa nilai Koefisien Determinasi yang hanya sebesar $47,1\%$. Artinya $52,9\%$ merupakan faktor lain yang tidak disebutkan di penelitian ini, misalnya gangguan teknis (IT System), Regulasi OJK, Kapabilitas Provider, dan lainnya. Atas dasar itu, narasumber memberikan saran untuk meningkatkan kualitas layanan *Mobile Banking* terutama dalam hal menjaga privasi, keamanan serta peningkatan kendala jaringan dan penanganan masalah teknis yang mungkin terjadi.

Melihat layanan ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat atau nasabah, maka dibutuhkan teknologi informasi yang bagus, sehingga diharapkan kualitas layanan semakin meningkat dan nasabah dapat merasakan kepuasan yang meningkat dalam menggunakan aplikasi *Mobile Banking* dan dapat melakukan transaksi dengan aman dan nyaman. Hal ini terbukti dari hasil wawancara dan kuesioner berdasarkan indikator kualitas layanan menunjukkan jawaban responden terhadap variabel kualitas layanan sang

Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya, Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Harish (2017) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan *Mobile Banking* yang diberikan Bank Mandiri Syariah maka nasabah semakin merasa puas dengan layanan tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Khusna (2020) di dalam penelitiannya diperoleh hasil bahwa Kualitas Layanan *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KC. Manado. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan *Mobile Banking* yang diberikan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah maka akan nasabah semakin merasa puas dengan layanan tersebut.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada para Pegawai Al-fityan Boarding School Bogor yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking* BSI, maka peneliti menarik kesimpulan yaitu tingkat variabel kualitas layanan *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dengan demikian, secara keseluruhan nasabah merasa puas dengan kemudahan transaksi yang diberikan dan memiliki pengalaman positif dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* BSI, hal ini sesuai dengan hasil kuantitatif dan hasil kualitatif (Kepuasan secara lisan). Namun masih terdapat sedikit kekhawatiran terkait keamanan dalam bertransaksi dikarenakan sering kali terjadi gangguan teknis (IT System). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian kuantitatif berupa nilai Koefisien Determinasi yang hanya sebesar 47,1%. Artinya 52,9% merupakan faktor lain yang tidak disebutkan di penelitian ini, misalnya gangguan teknis (IT System), Regulasi OJK, Kapabilitas Provider, dan lainnya. Atas dasar itu, narasumber memberikan saran untuk meningkatkan kualitas layanan *Mobile Banking* terutama dalam hal menjaga privasi, keamanan serta peningkatan kendala jaringan dan penanganan masalah teknis yang mungkin terjadi.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. Jika kualitas layanan semakin meningkat maka kepuasan nasabah juga akan meningkat, sebaliknya jika kualitas layanan yang ada menurun maka kepuasan nasabah juga dapat menurun.

Daftar Pustaka

- Adhari, Iendy Zelviean. 2021. *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Agus Riswandi, Budi. 2005. *aspek hukum internet banking*. Jakarta: Jakarta :Raja Grafindo Persada, 2005.
- Al-Fityan. 2022. "Profile ABSB." Diambil (<https://alfityanbogor.sch.id/profileabsb/>).
- APJII. 2020. "Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020." *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2020*:1-146.
- Al Arif M, M. Nur Rianto. 2010. *Dasar-dasar pemasaran bank syariah*. Bandung, Alfabeta: Alfabeta.
- Banking, Bijak Ber-electronic. n.d. *BIJAK BER-ELECTRONIC BANKING*. Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar-dasar pelayanan prima*. diedit oleh R. L. Toruan. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- BSI. n.d. "Bank Syariah Indonesia." Diambil (<https://ir.bankbsi.co.id/>).
- Daryanto, Ismanto Setyabudi, dan Bintoro. 2014. *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- G/Tsodik, Daniel. 2020. "penerapan sistem mobile banking dalam peningkatan pelayanan nasabah bank sulselbar cabang barru." *International Journal of Hypertension* 1(1):1-171.
- Harish, I. 2017. "Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah." *Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta* 17.
- Harlan, Johan. 2018. "Analisis Regresi Linear."
- Ifham Solihin, Ahmad. 2010. *Buku pintar ekonomi syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Indahningwati, Dr Asmara. 2019. *KEPUASAN KONSUMEN PADA KUALITAS LAYANAN SIM KELILING*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2019.
- Isroul, Khusna. 2020. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH." *Journal of Chemical Information and Modeling* 21(1):1-9.
- Kaihatu, Thomas S. Daengs, Achmad Dan Lis Indrianto, Agoes Tinus. 2015. *Manajemen Komplain*. 1 ed. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Kasmir. 2015. *Bank dan lembaga keuangan lainnya*. Revisi, Ce. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2018. *Pemasaran Bank*. Copyright. Jakarta: Prenadamedia Group,. Kotler, philips. 2013. *manajemen pemasaran*.
- Kurniawati, Hanif Astika, Wahyu Agus Winarno, dan Alfi Arif Akuntansi. 2017. "Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified)." *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akutansi* 4(1):24-29.
- Nana Triapnita Nainggolan, Munandar, Andriasan Sudarso, Puji Hastuti Lora Ekana Nainggolan, Fuadi, Dyah Gandasari Dewa Putu Yudhi Ardiana, Acai Sudirman, Aditya Halim Perdana Kusuma Nina Mistriani, dan Deddy Gusman Astri Rumondang. 2020. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Vol. 7. diedit oleh J. Simarmata. Yayasan Kita Menulis.
- Panjaitan, Wanitia. 2019. "Faktor – faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking pada masyarakat kecamatan medan selayang."
- Philip, Kotler, dan Keller kevin L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. 12 ed. Jakarta: PT Indeks.
- Prasetyo, Bambang D., dan Febriani Nufian S. 2020. *Strategi Branding Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB PRESS.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Revisi cet. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sandu Siyoto, dan dan M. Ali Sodik. 2015. *dasar metodologi penelitian*. Cet.1. diedit oleh Ayup. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Santoso, Muhammad. 2019. *Loyalitas Nasabah Pada Bank Perkreditan Rakyat Wilayah Cirebon*. 1 ed. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Shihab, M. Quraish. 2002. *Tafsir Al-Mishbah*. Jakarta: Lentera Hati.

- Siregar, Sofyan. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sri Susanti, Dewi, Yuana Sukmawaty, dan Salam Nur. 2019. *Analisis Regresi dan Korelasi*. Purwokerto.
- Sugiyono. 2015. *Metode penelitian manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017a. *metode penelitian kuantitatif, kualitatif R & D*. cet. 26. diedit oleh Sugiyono. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017b. *Metode Penelitian Manajemen*. 4 ed. diedit oleh Setiyawami. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna, V. 2015. *spss untuk penelitian*. diedit oleh Florent. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2018. *metodelogi penelitian*. Cet.1. PT Pustaka Baru.
- Suryani, dan Hendryadi. 2015. *Metode riset kuantitatif : teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi Islam*. cet. 1. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Suryani, Tatik. 2017. *MANAJEMEN PEMASARAN STRATEGI BANK DI ERA GLOBAL Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*. 1 ed. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Perspektif manajemen dan pemasaran kontemporer*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service management mewujudkan layanan prima*. 2 ed. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widya Santi, Deni. 2021. "Layanan Jasa Mobile Banking pada Nasabah BRI Syariah (BSI) Bengkulu." 1-68.